传统媒体与微电影产业的融合转型

摘　要：面对传统媒体持续下行的严峻形势，国内众多传统媒体纷纷进行新的探索和尝试，其中不乏各种模式的跨界融合。同时，作为新兴传播载体的微电影，搭上移动互联时代的快车，表现出强劲的发展势头。它的商业价值不仅在于制作和投放上的低成本，更得益于微电影可以与微信、微博这样的社会化媒体相结合，更强的交互性和话题性使微电影成为品牌与消费者沟通的最有灵魂的方式。然而，纵观目前国内微电影行业的发展，却始终处于碎片化的境地。本文基于国内传媒业及微电影产业的现状和优势，提出传统媒体与微电影产业两者通过相互有机融合，以达到摆脱自身的困境、进一步推动、完善行业发展的目的。

关键词：传统媒体；微电影；产业 ；融合；转型

中图分类号：G2　　**文献标识码**：A

文章编号：1671–0134（2017）08–042–02　　**DOI**：10.19483/j.cnki.11−4653/n.2017.08.011

■文 / 徐晓芳　范高农　温　凡

近年来，传统媒体一直保持着一种下行趋势，对于何时能够止跌企稳，还难以乐观。但是，经过数十年的积累，传统媒体在公信力、影响力、人才培养等方面具有非常明显的优势。面对越来越严峻的市场形势，国内众多传统媒体纷纷主动出击，借助自身优势进行产业化融合。

与此同时，身为新兴传播载体的微电影行业，在经历了一番快速发展的初创阶段后，遭遇了“成长的烦恼”。主要表现在发展方向不明确、草根标签太浓、产业碎片化明显等方面，而这些短板正好是传统媒体与生俱来的优势。

传统媒体与微电影产业只有通过相互有机融合，才能摆脱自身的困境，进一步推动、完善行业的发展。

1. 传统媒体下行的严峻趋势尚未缓和

随着移动客户端时代的快速到来，传统媒体所面临的形势越来越严峻，在传统纸媒方面表现得最为明显和直接。20世纪 90 年代中期，异军突起的都市报系因其巨大的赢利能力使报社开始“产业膨胀”，报业集团、传媒集团成为“做大做强”的体现；紧随其后的还有业务单元的迅速丰富，各种子报子刊、专业报、服务类报纷纷创刊；印务中心规模越来越大，印刷设备越买越先进；招聘大量的人员参与从事自办发行；还有各种类型的新媒体，只要一经问世就会成为传统媒体新的业务单元。

然而，随着都市报等市场化子媒体的赢利能力减弱甚至亏损，这些经营立即面临“断崖式下滑”，传媒集团遭遇空前困境。以纸媒广告收入为例，2012 年开始，中国报业广告增幅从前一年上升 11.2% 陡然成下降 7.3%，2013 年又继续下降 8.1%。2014 年开始进入负增长通道，当年纸媒广告增长率为 –18.3%；2015 年广告增长率为 –35.4%；2016 年上半年广告增长率达 –41.4%。其中汽车、房地产、医疗三大类广告下滑尤为严重。分析原因，电商经济兴起与实体商业的低迷加重纸媒广告量的下降幅度。这其中，新媒体所导致的报纸竞争力下降只是其中的因素之一 ，整个宏观经济环境的变化也是主要原因。

急剧的变化也产生了许多衍生问题，云南的《生活新报》、河北的《燕赵都市报》、山西的《三晋都市报》都曾出现过员工讨薪事件。问题得不到解决，困境得不到改变，尤其是日趋多元的新媒体越来越猛烈的竞争，使一些报纸不得不接受休刊或停刊的命运。据不完全统计，从 2014 年以来，已经有上百份报纸选择了关张或者合并，远的如《新闻晚报》《杂文报》，近的如《九江晨报》《京华时报》，都在激烈的市场竞争中不能适应而被关张或者合并。

2. 微电影产业成为部分纸媒转型的尝试

面对短时间内看不见止跌趋势的现状，国内众多传统媒体纷纷通过各种方式进行转型尝试。山东的大众报业集团通过“产权联合，利益联结，行政推动，文化融合”的方式，整合省内各地市党报，以齐鲁传媒、半岛传媒为平台，推进跨地区的兼并重组，整合了各地市的报业资源。良好的资源配置使合作方报纸质量明显提升，经济效益大幅提升。

在中原区域，郑州报业集团提出了“宣传全媒体发展多元化”的发展战略，做优以文化创意产业为突破口的多元化产业链条。让文化创意、文化政策和项目落地；通过资本市场拓展发展空间、提升发展质量。重点布局互联网金融板块、文创影视等板块。其中，投拍《中华百家姓起源故事》和廉政警示教育电影《第一大案》都是文创影视板块的大手笔，社会效益和经济效益已初步显现。

基金项目：本文系江西省社会科学“十三五”（2016 年）规划项目《微电影产业化融合平台建设》（项目编号 16YS15）的研究成果。

在内陆省份的江西，有着三十多年历史的信息日报从2014年开始，介入微电影产业。通过与专业技术团队的合作，提供宣传平台和人才支持等优势，为行业、县市政府制作传播微电影，取得了较好的社会效益，也收获了一定的经济效益。其中拍摄的微电影作品《莲心》《选择》两部作品在江西省委宣传部等单位举办的全省微电影大赛中摘下了包括“最具网络人气奖”在内的4个奖项。以反腐倡廉为主题的《莲心》还受到了中央纪委官网、人民网、央广网等多家主流网媒的关注。

随着微电影产业的影响越来越大，国内介入这个行业的传统媒体也越来越多。江西电视台专门组建了微电影工作室，拍摄的多部作品在国内多个微电影大赛中斩获奖项。《中国青年报》《河南商报》《今晚报》等多家纸媒都通过微电影制作发布、参与举办微电影大赛等方式，借助微影产业这种移动时代的宠儿，实施自身跨行业的转型尝试。

以传统媒体优势实施微电影产业的转型，对于微电影产业化的发展有着非常显著的效果。主流媒体的品牌公信力、读者的规模和忠诚度、渠道和宣传层面的造势实力，都成为微影行业最具竞争力的优势。

3. 传统媒体与微影产业融合转型的建议

反观微电影行业，作为新兴的艺术形式，由于时间短、发展速度快，加之创作团队草根化、作品快餐化等特征，其产业化进程显得非常缓慢。

以创作团队为例。现在许多微电影作品创作团队，有的就是广告公司或者摄像馆的工作人员，他们从事的是广告片的拍摄和制作，为了赶时髦，便给自己的业务冠上微电影的名号，而对于一部影视剧作品应该具备的题材、情节、镜头表现、电影技巧等元素并没有涉及。太商业化的特点，使得艺术性和研究性受轻视，直接导致了微电影作品的随意性，使得微电影断裂式产业结构不能良性持久发展。

为了能够在微电影行业中充分体现传统媒体的转型需求，建议从媒体发声、媒体参与、媒体引导三个方面入手，助力微电影产业化发展，同时为传统媒体的转型找到一条可以借鉴的实践和路径：

第一，媒体发声，建设微电影创意产业基地。依靠各地生态文明建设重点，通过媒体发声，建设微电影创意产业基地——“微电影创意产业城”。其中涵括微电影产业从创意策划、平台设计、拍摄制作、推广传播等各个产业发展环节。以媒为介，与当地旅游文化有机结合，成为繁荣地方文化的重要载体。

第二，媒体参与，微电影产业扶持计划和青年人才培训计划。以众筹的思维，由相关部门、企业与个人共同参与，设立具有全新概念的微电影产业扶持基金——“微基金”，用于扶持微电影产业以及微电影从业人才。通过稳健理财的固定收益，为微电影产业孵化以及微电影人才培养提供资金和环境的支持。定期举办微电影艺术节及微电影产业发展高峰论坛。期间，举行商业交流，包括微电影技术变革、微电影科技的运用和利用、微电影相关衍生品的创意设计等涉及微电影的全产业链技术环节。传统媒体本身的人才优势以及公信力，可以成为微电影产业发展的行业规则制定与推动者。

第三，媒体引领，搭建全媒介传播平台。全媒介传播平台，是一个完全融合涵盖传统媒体、新媒体、终端载体三大系统的微电影传播体系。通过各种资源的信息化整合，打通三个系统的互连互通通道，创造性地创造出微电影产业的O2O运营模式。这其中包括传统媒体的融合与新兴媒体的联动。

当前，传统媒体的发展已经成为我国文化发展的一个重点内容，小而微的微电影产业则需要通过产业化的升级，这两者之间有着与生俱来的融合基础。分则各自为阵，合则同力发展。

同时，传统媒体在与微电影的融合转型中，运用新兴媒体与微电影的联动也必不可少。这可以从三个层面来实施：一是与优酷、迅雷、腾讯等国内主流视频网站进行合作，以优质的微电影作品和集群式的微电影数量成为这些视频网站的重要内容供应商，以点击分成、推荐购买等方式，既达到在全国层面的影响力，又为作品增加收入。二是倾力打造“微电影产业网”专业网站，使该网站成为国内微电影产业的主流权威网站，不仅是微电影作品的发布，还包括微电影产业合作，众筹网模式的全民参与平台。同时，积极参与APP手机客户端的软件开发，建立一个内容丰富、流量低耗、可以互动的手机社区。在现代人坐公交、地铁、高铁等手机使用率最高的过程中，变文字阅读为影视阅读。

4. 结束语

天生具有移动互联血源的微电影产业，也只有摆脱单一的互联网平台传播模式，与传统媒体进行全方位、立体化、多角度的融合传播和产业化运作，才能获得最佳的传播效果。历经了几十年的高速发展后，在移动互联的时代，面临着多重问题、严峻挑战的传统媒体，也只有不断地通过改革，实现产业化调整，与微电影等新型传播媒介充分、有机融合，才能达到共赢、共发展、同生存的目的。媒

参考文献

[1] 沈鲁，崔健东. 新媒体时代微电影现状与趋势探析 [J]. 传媒，2016（9）：88-89.

[2] 陈国权 . 传统媒体的未来 [J]，编辑之友，2017（1）：26-30，86.

[3] 崔保国 . 中国传媒产业发展报告（2016）[M]. 北京：社会科学文献出版社，2016.

[4] 张连军 . 论微电影与传统媒介的融合之路 [J]. 电影文学，2014（16）：21-22.

[5] 于燕枝 . 微电影：媒介融合的新作 [J]. 新闻爱好者，2012（9）：75-76.

（作者单位：南昌大学管理学院；江西日报社；信息日报社）